

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

5 novembre 2025

PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2026 - (N° 1906)

Adopté

**AMENDEMENT**

N° II-CF2313

présenté par

Mme Balage El Mariky, Mme Arrighi, M. Ben Cheikh, M. Lahais, Mme Sas, M. Amirshahi, Mme Autain, Mme Belluco, M. Biteau, M. Arnaud Bonnet, M. Nicolas Bonnet, Mme Chatelain, M. Corbière, M. Davi, M. Duplessy, M. Fournier, Mme Garin, M. Damien Girard, M. Gustave, Mme Catherine Hervieu, M. Iordanoff, Mme Laernoës, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, M. Roumégas, Mme Sandrine Rousseau, M. Ruffin, Mme Sebaihi, Mme Simonnet, Mme Taillé-Polian, M. Tavernier, M. Thierry et Mme Voynet

-----

**ARTICLE 71****Mission « Économie »**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement du groupe Écologiste et social vise au maintien de l'Institut national de la consommation et de ses activités d'intérêt général.

Dans un contexte de complexification croissante des marchés, d'inflation, de scandales sanitaires, de désinformation en ligne, il est des acteurs qui demeurent des repères pour nos concitoyens. L'INC en est un, comme en attestent les 100 000 foyers lecteurs du magazine "60 millions d'amis" chaque année.

La disparition de cet acteur public indépendant serait une erreur. Il remplit depuis 1996 des missions d'intérêt général, d'information et d'éducation des consommateurs essentielles. Essentielles pour les individus, en capacité de protéger leur consommation de manière éclairée; essentielles à la transparence exigée dans une démocratie aboutie. Ses missions ne sont pas "échues" comme le proclame la ministre des Comptes publics, elles sont plus centrales que jamais.

D'autre part, engager le recul de cette mission d'intérêt général publique c'est laisser le champ libre aux intérêts privés lucratifs au moment où les associations de consommateurs voient leurs moyens reculer (chute de 40% des subventions de la DGCCRF aux associations agréées entre 2010 et 2020).

Enfin, l'analyse économique et budgétaire à l'origine de cet article nous paraît erronée. L'INC vit aux deux tiers des ventes de "60 millions de consommateurs" malgré une politique de désinvestissement de l'Etat depuis plusieurs années, freinant les actions en matière de publicité et d'investissement.